

การออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพิจิตร
สำหรับ บุคคลอายุ 25-30 ปี



ศิลปินเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม
พฤษภาคม 2560
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

2D ANIMATION DESIGN TO PROMOTE TOURISM IN MUANG PHICHIT
FOR 25 TO 30 YEAR OLDS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Bachelor of Fine and Applied Arts in Innovative Media Design

May 2017

Copyright 2017 by Naresuan University

ศิลปนิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพิจิตร สำหรับ
บุคคลอายุ 25-30 ปี”

ของ นางสาว ณัฐกุล วิลัยรัตน์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำรงหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสื่ออนวัตกรรมการ

คณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบศิลปนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิฐ จันมา)

..... ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์
(อาจารย์รุ่งโรจน์ รัตนพิเชษฐกุล)

..... กรรมการ
(อาจารย์จุมพล เพิ่มแสงสุวรรณ)

..... กรรมการ
(อาจารย์มยุรี สุกังคนาช)

อนุมัติ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรชาติ เกษประสิทธิ์)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ อ.รุ่งโรจน์ รัตนพิเชษฐกุล ที่ปรึกษาศิลปินพันธ์ ที่ได้อุทิศส่วสละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำศิลปินพันธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการศิลปินพันธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของศิลปินพันธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้ศิลปินพันธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอกราบขอบพระคุณมารดาของผู้วิจัยที่เฝ้าก่าลั้งใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากศิลปินพันธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร

ณัฐกุล วิสัยรัตน์



ชื่อเรื่อง	การออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมือง พิจิตร สำหรับ บุคคลอายุ 25-30 ปี
ผู้วิจัย ที่ปรึกษา	ณัฐกุล วัลย์รัตน์ อาจารย์ รุ่งโรจน์ รัตนพิเชษฐกุล
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2560
คำสำคัญ	พิจิตร-การท่องเที่ยว-บึงสีไฟ

บทคัดย่อ

พิจิตรเมืองเล็กๆทางภาคเหนือตอนล่าง เมืองที่นักท่องเที่ยวไม่มากนัก และไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก หรือรู้แค่ว่าเป็นเมืองชาละวันเท่านั้น พิจิตรไม่ใช่เป้าหมายแรกของการเดินทางที่หลายคนจะสนใจ เพราะในละแวกนี้จังหวัดข้างเคียงอย่างพิษณุโลก และเพชรบูรณ์ เป็นจังหวัดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่า จากการศึกษาพบว่าผู้ที่เดินทางมาพิจิตรต้องการมาพักผ่อน ซึ่งกลุ่มที่มาเที่ยวมากที่สุดมีช่วงอายุระหว่าง 25-30 ปี มีค่าใช้จ่ายต่อวันเฉลี่ยคนละ 985 บาทต่อวัน เป็นกลุ่มที่เจาะจงมาจังหวัดพิจิตรโดยเฉพาะ แต่คนกลุ่มนี้มีจำนวนน้อย จึงต้องการดึงคนที่ต้องการไปเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงให้แวะเข้ามาในตัวเมืองพิจิตรด้วย

งานออกแบบนี้จัดทำขึ้นเพื่อที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวในตัวเมืองของจังหวัดพิจิตร และประชาสัมพันธ์จังหวัดพิจิตรให้คนทั่วไปได้รู้จัก ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว และงานเทศกาลที่จัดขึ้นภายในจังหวัด

ผลจากการใช้สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เป็นตัวกลางในการสื่อสารพบว่าบุคคล อายุ 25-30 ปี รู้จักจังหวัดพิจิตรมากขึ้น และมีความสนใจอยากแวะเวียนมาท่องเที่ยวในตัวเมืองพิจิตรมากขึ้น

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	1
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	1
1.4 วิธีการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงาน.....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	4
2.1.1 ข้อมูลทั่วไป.....	4
2.1.2 สถิติจำนวนข้อมูลผู้มาเยือนจังหวัดพิจิตร.....	6
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ.....	7
2.2.1 ขั้นตอนการทำแอนิเมชัน.....	7
2.2.2 ก่อนผลิตงาน.....	8
2.2.3 ผลิตงาน.....	9
2.2.4 หลังผลิตงาน.....	13
2.3 ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย.....	13
2.3.1 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายในช่วง Gen Y.....	13
2.3.2 สถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์.....	15
2.3.3 แนวเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ.....	15
2.4 กรณีศึกษา.....	16
2.4.1 ดอกไม้ มิตรภาพ และความทรงจำ.....	16
2.4.2 Haru wo Irodoru	18
2.4.3 Nothing.....	19

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3 การวิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ.....	21
3.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	21
3.2 วิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ.....	21
3.3 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย.....	21
3.4 สรุปแนวความคิดในการออกแบบ.....	22
4 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงาน.....	27
4.1 ผลงานการออกแบบ.....	27
4.2 การพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 1.....	27
4.3 การพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 2.....	28
4.4 การพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 3.....	37
4.5 สรุปผลงานการออกแบบ.....	38
5 บทสรุป.....	43
สรุปผลการวิจัย.....	43
อภิปรายผลการวิจัย.....	43
ข้อเสนอแนะ.....	43
บรรณานุกรม.....	44
ภาคผนวก.....	45
ประวัติผู้วิจัย.....	48

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ภาพ 1 สตอรี่บอร์ด.....	9
2 ภาพ 2 ตำแหน่งเหตุการณ์หลัก.....	10
3 ภาพ 3 ตัวอย่างขั้นตอนการวาดแอนิเมชันตามลำดับ.....	10
4 ภาพ 4 Timing.....	11
5 ภาพ 5 Ease In and Ease Out.....	11
6 ภาพ 6 การเคลื่อนไหวเป็นเส้นโค้ง.....	12
7 ภาพ 7 การเตรียม.....	12
8 ภาพ 8 การยืดและหด.....	13
9 ภาพ 9 ช่วงอายุคนไทยที่ใช้เฟสบุ๊ค.....	14
10 ภาพ 10 สถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในไทย.....	15
11 ภาพ 11 ป้ายโฆษณาอนิเมะ เป็นรูปตัวละครหลักทั้งหมดบนสะพานชิชิบู เมืองชิชิบู เขตอะระกะวะ กรุงโตเกียว.....	16
12 ภาพ 12 Haru wo Irodoru.....	18
13 ภาพ 13 Nothing.....	19
14 ภาพ 14 ภาพถ่ายรูปปั้นพญาชาละวันที่ยังสีไฟ.....	24
15 ภาพ 15 นกกระจอกเทศที่ยังสีไฟ.....	24
16 ภาพ 16 วัดท่าหลวง.....	25
17 ภาพ 17 ชายของเล่นงานแข่งเรือ.....	25
18 ภาพ 18 สตอรี่บอร์ด(1).....	27
19 ภาพ 19 สตอรี่บอร์ด(2).....	28
20 ภาพ 20 คาแรคเตอร์หลักดีไซน์ครั้งแรก.....	37
21 ภาพ 21 คาแรคเตอร์รองดีไซน์ครั้งแรก.....	37
22 ภาพ 22 คาแรคเตอร์หลัก.....	38
23 ภาพ 23 คาแรคเตอร์รอง.....	38
24 ภาพ 24 รูปปั้นพญาชาละวันที่ยังสีไฟ.....	39

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
25 ภาพ 25 พิพิธภัณฑป์ลาน้ำจืด.....	39
26 ภาพ 26 โปสเตอร์.....	40
27 ภาพ 27 โปสการ์ด.....	40
28 ภาพ 28 หน้าปกดีวีดี.....	41
29 ภาพ 29 ลายแผ่นสกรีน.....	41
30 ภาพ 30 ตัวอย่างงาน(1)	42
31 ภาพ 31 ตัวอย่างงาน(2)	42
32 ภาพ 32 ภาพการจัดแสดงงานนิทรรศการ(1)	46
33 ภาพ 33 ภาพการจัดแสดงงานนิทรรศการ(2)	46
34 ภาพ 34 ภาพการจัดแสดงงานนิทรรศการ(3)	47



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดพิจิตร.....	5
2 แสดงสินค้าที่มีชื่อของจังหวัดพิจิตร.....	5
3 สตอรี่บอร์ด.....	28



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากจังหวัดพิจิตรมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนเข้ามาเที่ยวในตัวเมืองน้อย อาจจะได้ด้วยสาเหตุที่พิจิตรถูกมองเป็นเมืองทางผ่านสำหรับการไปเที่ยวพิษณุโลกหรือเพชรบูรณ์ ทั้งที่จริงแล้วในหลายๆที่ในเมืองพิจิตรก็น่าสนใจหากจะลองมาเที่ยวดูสักครั้ง ไม่ว่าจะมาเที่ยวแบบพักผ่อนเพื่อหนีความวุ่นวายในเมืองกรุง หรือการเที่ยวใน 1 วันก็สามารถทำได้ แต่เนื่องด้วยการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอาจมีน้อยหรือไม่ค่อยได้รับความสนใจจึงดึงดูดเหล่านักเดินทางได้ไม่มากนัก

โครงการออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ นี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองพิจิตร เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวออกไปเดินสัมผัสบรรยากาศสถานที่จริง อีกทั้งยังเพื่อทำให้คนจากจังหวัดอื่นเริ่มสนใจมาเที่ยวพิจิตรมากขึ้น จึงเลือกใช้สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์จังหวัดในรูปแบบการ์ตูนเพื่อสร้างเรื่องราว และสร้างความประทับใจจังหวัดพิจิตร เนื่องจากแอนิเมชัน 2 มิติเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้คนได้ง่าย อีกทั้งการที่เป็นภาพเคลื่อนไหวยังสามารถเรียกคนสนใจจากคนดูได้ดีกว่าภาพนิ่ง

ดังนั้นโครงการออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ จึงจัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพิจิตร สำหรับบุคคลอายุ 25-30 ปี

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาและออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ ให้เหมาะกับกลุ่มบุคคลอายุ 25-30 ปี
2. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเมืองพิจิตร จ.พิจิตร
3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพิจิตร จ.พิจิตร

3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ขอบเขตของประชากรกลุ่มเป้าหมาย

บุคคลอายุ 25-30 ปี

3.2 ขอบเขตของผลงานออกแบบสร้างสรรค์

การ์ตูนแอนิเมชัน 2 มิติ ความยาว 5 นาที ออกแบบตัวละคร สตอรี่บอร์ด โปสเตอร์

โปสการ์ด

ออกแบบฉาก Walk cycle, Animatic พัฒนา Animatic เพิ่ม In between, ลงสีตัวละคร			↔							
ค. การเขียนรายงานและการเผยแพร่ผลงาน วาดฉากสำหรับทำแอนิเมชัน พัฒนางานวาด, ลงสีตัวละคร ออกแบบโพสเตอร์, โปสการ์ด ตัดต่อ ใส่เสียง, เอฟเฟค จัดทำรูปเล่ม						↔				
							↔			
									↔	
										↔

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ สำหรับบุคคลอายุ 25-30 ปี
2. ทำให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวเมืองพิจิตร จ.พิจิตร
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพิจิตร จ.พิจิตร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง โครงการออกแบบ แอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพิจิตร สำหรับ บุคคลอายุ 25-30 ปี ได้ศึกษาแบ่งข้อมูลเป็นส่วนต่างๆดังนี้

ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย

1.1 ข้อมูลทั่วไป

1.1.1 คำขวัญประจำจังหวัดพิจิตร

ถิ่นประสูติพระเจ้าเสือ แข่งเรือยาวประเพณี พระเครื่องดีหลวงพ่อเงิน
เพลิงเพลินบึงสีไฟ ศูนย์รวมใจหลวงพ่อเพชร รสเด็ดส้มท่าข่อย ข้าวเจ้าอร่อยลือเลื่อง ตำนานเมือง
ชาละวัน

1.1.2 ขนาดพื้นที่/จำนวนประชากร

จังหวัดพิจิตรมีพื้นที่ 4,531 ตารางกิโลเมตร อยู่อันดับที่ 47 ของ
ประเทศ มีประชากร 554,122 คน (ปี 2551) อยู่อันดับที่ 44 ของประเทศ

1.1.3 การคมนาคม

จังหวัดพิจิตรอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 349 กิโลเมตร สามารถ
เดินทางไปได้โดยรถยนต์

1.1.4 เทศกาลงานประเพณีที่สำคัญ

- 1) ประเพณีแข่งขันเรือ
- 2) ประเพณีกำฟ้า

1.1.5 สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพิจิตร

ตารางที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดพิจิตร

ทางธรรมชาติ	ทางประวัติศาสตร์/ วัฒนธรรม	นันทนาการ/ทั่วไป
1) บึงสีไฟ	1) อุทยานเมืองเก่าพิจิตร	1) เหมืองแร่ทองคำเขาพนมพา
2) สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์	2) วัดท่าหลวง	2) รูปปั้นพญาชาละวัน
3) บึงน้ำกัลลัด	3) วัดโพธิ์ประทับช้าง	3) ศาลเจ้าแม่ทับทิม
	4) วัดมหาธาตุ	
	5) วัดนครชุม	
	6) วัดโรงช้าง	

ที่มา: <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/221/620>

1.1.6 สินค้าที่มีชื่อของจังหวัด

ตารางที่ 2 สินค้าที่มีชื่อของจังหวัดพิจิตร

อาหาร	ของใช้/ของที่ระลึก
1) มะขามแก้วสี่รส	1) พระเครื่องเมืองพิจิตร
2) ส้มโอท่าข่อย	2) ผ้าทอด้วยมือบ้านป่าแดง
3) ส้มโอหวานสี่รส	
4) ขนุน	

ที่มา: <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/221/23044>

1.1.7 สถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดในปี 2555

สถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตรในปี 2555 บรรยากาศตามแหล่งท่องเที่ยว สำคัญๆ ในแต่ละไตรมาส เป็นดังนี้

1) ไตรมาส 1 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากอยู่ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ต่อเนื่องตรุษจีน และอากาศยังเย็นสบายอยู่ โดยแหล่งท่องเที่ยว ที่คนส่วนใหญ่นิยมไปกันมากได้แก่ วัดท่าหลวง วัดโพธิ์ประทับช้าง และวัดนครชุม

2) ไตรมาส 2 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์คึกคักมากกว่า ไตรมาส 1 เนื่องจากมีเทศกาลวันหยุดยาว คือ วันสงกรานต์ และวันหยุดอื่นๆ ได้แก่ วันแรงงานแห่งชาติ วันจักรี วันฉัตรมงคล วันวิสาขบูชา และวันพีชมงคล

3) ไตรมาส 3 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างเงียบเหงา เนื่องจากเป็นช่วงฤดูฝน อีกทั้งไม่มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

4) ไตรมาส 4 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์คึกคักมากกว่า ไตรมาส 3 เนื่องจากเป็นช่วงเข้าสู่ฤดูหนาวใกล้สิ้นปี อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น (กรรมการท่องเที่ยว-กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์)

1.2 สถิติจำนวนข้อมูลผู้มาเยือนจังหวัดพิจิตร

สรุปผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิจิตร ปี 2557 จากการสำรวจผู้เยี่ยมเยือนในปี 2557 จำนวน 1,976 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 1,843 ตัวอย่าง และผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ 133 ตัวอย่าง สรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเป็นเพศชายในสัดส่วนที่น้อยกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 43.6 ต่อ 56.4) มีอายุ 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 40.0) ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 32.3) มีรายได้ 15,001-30,000 บาท/เดือน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 29.6) และมาจากภาคเหนือในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 25.2)

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 46.6) โดยปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เดินทางมาจังหวัดพิจิตร 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล และระยะทาง โดยผู้เยี่ยมเยือน ร้อยละ 43.6 ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ต่างๆ ในการท่องเที่ยว เช่น หาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จองที่พัก เป็นต้น

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 54.4) มาท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตรเป็นครั้งแรกและการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวจังหวัดเดียว (ร้อยละ 68.9) และส่วนใหญ่จัดการเดินทางเอง (ร้อยละ 92.4) โดยเดินทางด้วยรถส่วนตัวในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 76.0) มีผู้ร่วมเดินทาง 2 คน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 39.8) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 90.0) และพักในโรงแรมในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 67.9) มีวันพักเฉลี่ยรวม 2.21 วัน โดยนักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 985.12 บาท/คน/วัน

ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเป็นเพศชายใน สัดส่วนที่มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 71.4 ต่อ 28.6) มีอายุ 35-44 ปี ในสัดส่วนที่มากที่สุด (ร้อยละ 45.9) ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 46.6) มีรายได้ 10,000-14,999 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 56.4) และมาจากทวีปยุโรปในสัดส่วน มากที่สุด (ร้อยละ 58.6)

ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนในสัดส่วน มากที่สุด (ร้อยละ 93.2) โดยปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เดินทางมาจังหวัดพิจิตร คือ สถานที่ ท่องเที่ยวโดยผู้เยี่ยมเยือน ร้อยละ 43.6 ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ต่างๆในการท่องเที่ยว เช่น ซื้อแพ็คเกจทัวร์ จองที่พัก เป็นต้น

ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.0) มาท่องเที่ยวจังหวัด พิจิตรเป็นครั้งแรก โดยการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวจังหวัดเดียว (ร้อยละ 83.5) และส่วนใหญ่จัดการเดินทางเอง (ร้อยละ 96.2) โดยเดินทางด้วยรถส่วนตัวในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 84.2) มีผู้ร่วมเดินทาง 2 คน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 85.0) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนใน ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 85.7) และพักในโรงแรมในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 95.2) มีวัน พักเฉลี่ยรวม 2.67 วัน โดยนักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,272.61 บาท/ คน/วัน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ

2.1 ขั้นตอนการทำแอนิเมชัน แบ่งออกเป็นสามช่วงใหญ่ๆดังนี้

2.1.1 Pre-Production ขั้นตอนนี้จะอยู่ในช่วงของการเตรียมงาน เช่น การคิด การเขียนเนื้อเรื่อง การเขียนต้นฉบับ รวมไปถึงการวาดสตอรี่บอร์ด ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอน ที่สำคัญมากเพราะเป็นการกำหนดทิศทางของงานทั้งโปรเจค ถ้าในช่วง Pre-Production วางแผน ไว้อย่างสมบูรณ์ ก็จะทำให้ขั้นตอนการผลิตง่ายขึ้น

2.1.2 Production ขั้นตอนการผลิตงาน เช่น การวาดรูป การสร้าง สิ่งแวดล้อม และแอนิเมทตัวละครตามสตอรี่บอร์ดที่วาดขึ้น

2.1.3 Post- Production คือ ขั้นตอนการเก็บงาน เช่น การตัดต่อ รวบรวมคลิปแอนิเมชันต่างๆเข้าด้วยกันนำมาใส่เสียงและปรับสี ขั้นตอนนี้เปรียบเสมือนกาตรวจทาน และแก้ไขให้งานถูกต้องและสมบูรณ์ก่อนนำออกแสดงหรือเผยแพร่ (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 28)

2.2 ก่อนผลิตงาน

2.2.1 การวางแผนเนื้อเรื่อง การแต่งเนื้อเรื่องจะถูกเขียนในรูปแบบของ ต้นฉบับ คล้ายการผลิตหนัง เนื้อเรื่องที่ตีความจะให้ความบันเทิง เข้าใจได้ง่าย มีความเป็นเอกลักษณ์ เมื่อสามารถสรุปเรื่องได้เราจะรู้ว่ามีตัวละครที่ตัวและลักษณะเป็นอย่างไร (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 31)

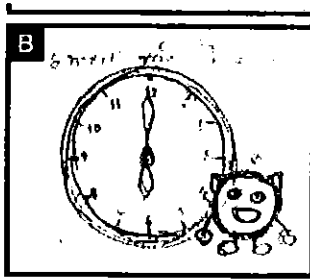
กำหนดหัวเรื่องที่จะนำเสนอในการสร้างงานแอนิเมชัน เราต้องตั้งหัวข้อ เรื่องใหญ่ขึ้นมาให้ชัดเจนว่าเราต้องการทำเพื่อ “สื่อสารเรื่องอะไร” โดยหัวเรื่องอาจจะมาจากความต้องการของคนรอบข้าง หรือจากตัวเราเองที่อยากสร้างงานมานำเสนอ และอาจนำหัวเรื่องมาตั้งเป็น ชื่อเรื่องเลยก็ได้ เช่น จะทำสื่อการสอนความรู้สำหรับเด็ก ก็ต้องมีหัวเรื่องว่าจะนำเสนอหรือสอน เรื่องอะไร สอนวิทยาศาสตร์ เรื่องวัฏจักรน้ำ, กระบวนการหายใจของพืช ฯลฯ (มนัสสินี ลำสันเทียะ, 2555, หน้า 55)

2.2.2 การออกแบบตัวละคร เมื่อเรารู้ลักษณะของตัวละครแล้ว เราสามารถเริ่มออกแบบตัวละครได้ โดยเริ่มจากการเขียนรายละเอียดต่างๆของตัวละคร เช่น ชื่อ อายุ เพศ ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร เป็นต้น เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะบอกอุปนิสัยของตัวละครด้วย (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 32)

2.2.3 สตอรี่บอร์ด ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสตอรี่บอร์ดมีความชัดเจนมากเท่าไร ก็จะทำให้ทำงานได้ง่ายขึ้นเท่านั้น (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 33) และต้องสามารถบอกวัตถุประสงค์หลักได้คือ

1) เนื้อเรื่อง ควรบอกได้ชัดเจนว่าเกิดอะไรขึ้น ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร กับใคร รวมไปถึงอารมณ์ของตัวละคร ดีใจ เสียใจ โกรธ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่แล้วภาพที่ปรากฏในสตอรี่บอร์ดนั้นก็คือคีย์ของแอนิเมชัน

2) มุมกล้อง มุมที่แตกต่างจะให้ความรู้สึกที่ต่างกัน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่สตอรี่บอร์ดจะแสดงให้เห็นถึงมุมกล้องว่าฉายจากทิศใด หรือเคลื่อนที่อย่างไร (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 34)



รายละเอียด

เป็นภาพนาฬิกาอันใหญ่ๆ
สปองกี้กระโดดเข้ามา
จากทางขวาของฉาก
มาอธิบายเรื่องเวลาเช้า
6 โมงเช้า

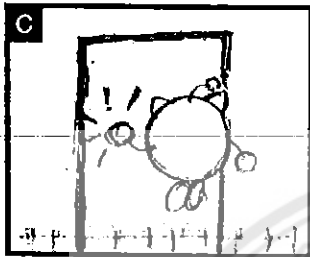
10 วินาที / 250 เฟรม

สิ่งประกอบ

1. คนตรีประกอบ
(ต่อเนื่องจาก A)

เสียงบรรยาย/บทสนทนา

สปองกี้ : "ตอนนี้เช้าแล้วนะครับ
เพื่อน ๆ เช้ามีกี่ชั่วโมง 6 ชั่วโมงหรือ
เลข 12 เร็วกว่า 8 นาฬิกา หรือ
6 โมงเช้า เด็ก ๆ ควรตื่นนอนแต่
เช้า เรายังจะไปสนุกอีโร้กกันดีกว่า
นะครับ"



รายละเอียด

ภาพประตูด้านนอกห้อง
นอนอีโร่ สปองกี้กำลัง
เคาะประตูอยู่

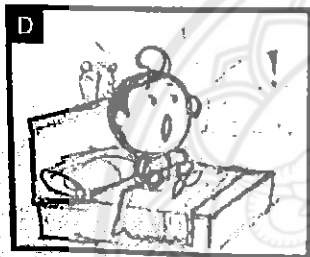
10 วินาที / 250 เฟรม

สิ่งประกอบ

1. เสียงเคาะประตู
2. เสียงคนตรี
(ต่อเนื่อง)

เสียงบรรยาย/บทสนทนา

สปองกี้ : "อีโร่! ตื่นได้แล้วอีโร่! เข้า
แล้วนะ ได้เวลาไปโรงเรียนแล้วนะ
เดี๋ยวไม่ได้รางวัลดีนะ!"



รายละเอียด

ภาพอีโร่นอนอยู่บนเตียง
แล้วสะดุ้งตื่นหวาดผวา
พลางพูดกับตัวเอง แล้วรีบ
กระโดดลงจากเตียง

10 วินาที / 125 เฟรม

สิ่งประกอบ

1. เสียงคนตรี
(ต่อเนื่อง)
2. เสียงประกอบ
อีโร่สะดุ้งตื่น
จากเตียง

เสียงบรรยาย/บทสนทนา

อีโร่ : "โอ๊ะ โอ้วววว...เจ้านลิ้งสิเพื่อ
ต้องรีบซะแล้ว!"

ภาพ 1 สตอรี่บอร์ด

ที่มา: มนัสสินี ลำสันเทียะ, 2555, หน้า 60

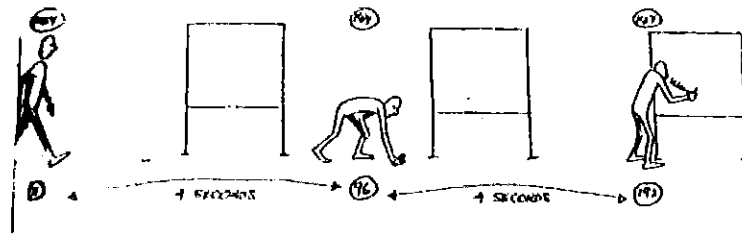
2.3 ชั้นผลิตงาน

2.3.1 การแอนิเมชันแบบ Pose to Pose การวาดแอนิเมชันในยุค

ปัจจุบันจะมีการวางแผนเรียงลำดับก่อนหลังในการวาดอย่างเป็นขั้นเป็นตอนตามความสำคัญ เรียกว่า Pose to Pose ทำให้ง่ายต่อการควบคุมตำแหน่ง วิธีนี้กลายเป็นที่นิยม แต่มีข้อเสียคือ จะเป็นการกำหนดความตายตัวให้แก่แอนิเมชันมากเกินไป (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 50)

การแอนิเมชันแบบ Pose to Pose

- 1) Frame ชื่อเรียกภาพแต่ละภาพที่ฉายต่อเนื่องกัน เฟรมจะถูกกำหนดด้วยลำดับหมายเลข
- 2) Key คือภาพวาดสำคัญที่ถ่ายทอดเรื่องราวหลักของเนื้อเรื่องว่าเกิดอะไรขึ้น (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 51)



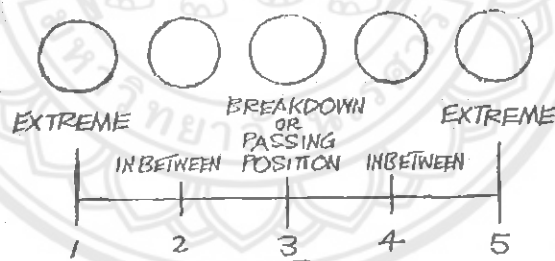
ภาพ 2 ตำแหน่งเหตุการณ์หลัก

ที่มา: ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 51

3) Extreme Position ตำแหน่งหลักส่วนใหญ่เป็นตำแหน่งแรก และตำแหน่งสุดท้ายในแต่ละช่วง (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 52)

4) Breakdown คือตำแหน่งกึ่งกลางระหว่างตำแหน่ง Extreme ทั้งสองตำแหน่งมีความสำคัญมากเพราะเป็นตัวกำหนดการเคลื่อนไหวจาก Extreme หนึ่งไปยัง Extreme หนึ่ง

5) In-Between คือทุกตำแหน่งที่อยู่ระหว่างตำแหน่ง Extreme (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 53)

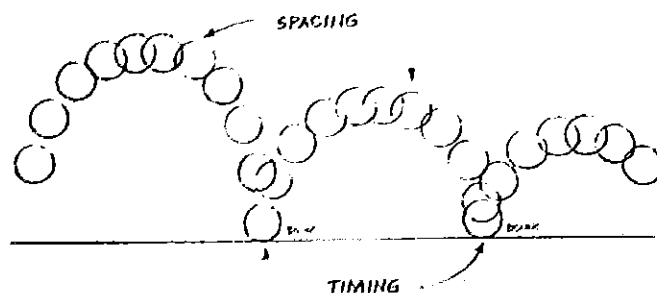


ภาพ 3 ตัวอย่างขั้นตอนการวาดแอนิเมชันตามลำดับ

ที่มา: ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 53

2.3.2 กฎแอนิเมชัน

1) Timing เป็นองค์ประกอบที่จำเป็นมากเพราะความเร็วของการเคลื่อนไหวของวัตถุ จะสามารถบอกเราได้ว่าวัตถุนั้นคืออะไร มีน้ำหนักเท่าไร และทำไมถึงเคลื่อนไหว (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 61)



ภาพ 4 Timing

ที่มา: ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 61

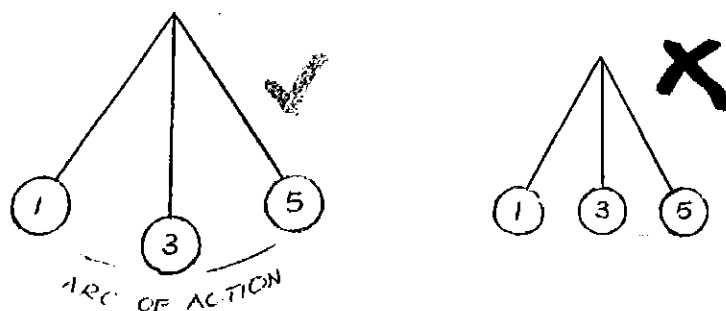
2) Ease In and Out เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับการเพิ่มลดของอัตราเริ่มในการเคลื่อนที่ของวัตถุทุกอย่างที่เคลื่อนที่ด้วยความเร็วคงที่ตลอดเวลา เพราะขณะที่วัตถุอยู่นิ่งนั้นไม่มีความเร็ว จึงต้องเพิ่มความเร็วจนให้วัตถุเคลื่อนไหว ความเร็วของวัตถุจึงไม่คงที่ (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 62)



ภาพ 5 Ease In and Out

ที่มา: ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 62

3) Arcs การเคลื่อนไหวเป็นเส้นโค้ง (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 63)



รูป In-Between การวางของลูกคัมจะต้องอยู่ในแนวเส้นโค้ง

ภาพ 6 การเคลื่อนไหวเป็นเส้นโค้ง

ที่มา: ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 63

4) Anticipation คือระยะเตรียม ถ้าเราต้องมีแอคชั่นที่เร็ว เราต้องใช้เวลาเตรียมนานขึ้นเพื่อบอกให้ผู้ชมรู้ล่วงหน้า เพราะบางเหตุการณ์เกิดขึ้นรวดเร็วผู้ชมอาจประมวลเหตุการณ์ได้ไม่ทัน (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 64)



ภาพ 7 การเตรียม

ที่มา: ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 64

5) Exaggeration การเคลื่อนไหวที่ดูเกินจริง เช่น การทำให้แขนยาวขึ้นหรือท่าเดินที่เหนือกว่าความเป็นจริง (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 65)

6) Squash and Stretch การยืดและหดตัวของวัตถุ (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 66)



ภาพ 8 การยืดและหด

ที่มา: ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 66

7) Secondary Action มีหน้าที่เพิ่มความน่าสนใจและความสมจริงให้กับแอนิเมชัน

8) Follow Through and Overlapping Action คล้ายกับการเตรียม แต่เกิดตามหลังแอคชั่น (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 67)

9) Straight Ahead Action and Pose-to-Pose Action ขั้นตอนการทำแอนิเมชันมีสองแบบคือ Straight Ahead การวาดคาแรคเตอร์ที่ละเฟรมเรียงกันไปเรื่อยๆ และ Pose-to-Pose การวางแผนการวาดไว้แล้วจึงวาด

10) Staging เวทีที่คาแรคเตอร์อยู่ ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย เช่น รูปร่าง สี เป็นต้น

11) Appeal หมายถึงสิ่งใดก็ได้ที่คนดูชอบซึ่งองค์ประกอบนี้จะเกี่ยวกับการดีไซน์และความสวยงาม (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 68)

12) Personality ในการทำแอนิเมชันของแต่ละครั้น เราต้องทราบว่าตัวละครมีลักษณะและนิสัยอย่างไร เนื่องจากจะส่งผลต่อรูปแบบการเคลื่อนไหวด้วย (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 69)

2.4 หลังผลิตงาน เป็นกระบวนการระยะเก็บงาน เช่น แก้ไฟล์เสียง เอฟเฟค รวมทั้งการประชาสัมพันธ์แอนิเมชันให้เป็นที่รู้จัก เช่น การทำโปสเตอร์ เป็นต้น (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 47)

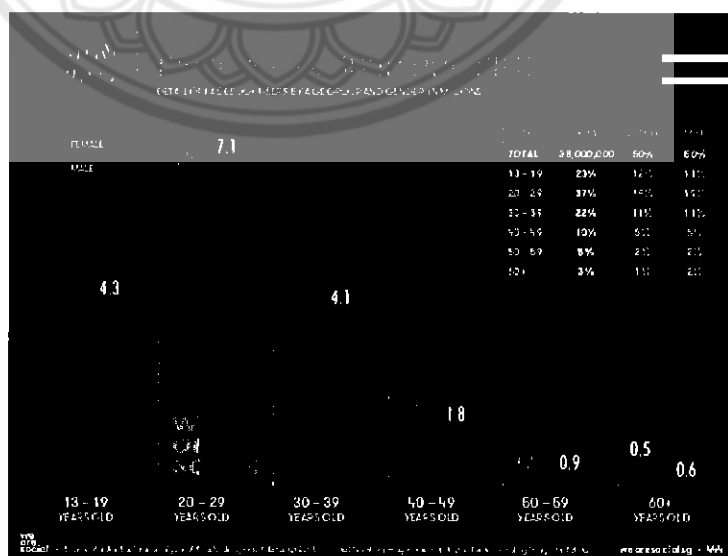
3. ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

3.1 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายในช่วง Gen Y

พฤติกรรมของกลุ่มเจนเนอเรชันวายนั้นมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะพฤติกรรมด้านการสื่อสาร โดยแบ่งเป็น 7 พฤติกรรมดังนี้ บุคคลรุ่นนี้ไม่ชอบการรอคอย ต้องการ

การสื่อสารโต้ตอบแบบทันทีทันใด (Instantly) โดยมีความสามารถใช้โปรแกรมสนทนาเว็บบอร์ด ต่างๆ และเมื่อต้องการแสดงความคิดเห็น บุคคลกลุ่มนี้ได้โพสต์ (Post) ข้อความบนสังคมออนไลน์ ของตนทันทีที่กลุ่มนี้ให้ความสำคัญการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ชอบการสนทนาโต้ตอบทุกรูปแบบ นิยมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ต้องการมีเพื่อน อีกทั้งยังก้าวข้ามสัมพันธ์บท (Intertextuality) บุคคลกลุ่มนี้มีความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูลจากแหล่งข่าวสารต่างๆ ทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่เข้าด้วยกัน อีกทั้งยังมองว่าข่าวสื่อมีความเป็นจริงมากพอกับข่าวจริง และหากข้อมูล ข่าวสารนั้นๆ ยังปรากฏบนโลกออนไลน์ เรียกได้ว่าข่าวสารนั้นยังคงอยู่ นอกจากนี้กลุ่มนี้ยังให้ ความสำคัญในการสื่อสารเรื่องส่วนตัว (Individual) โดยเฉพาะยุคนี้ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของสื่อได้ ผู้ใช้จึงได้ใช้เว็บไซต์ในการสร้างภาพลักษณ์ของตนเอง จึงทำให้พื้นที่สาธารณะบนโลกออนไลน์กับ พื้นที่ส่วนตัวหลอมรวมเป็นพื้นที่เดียวกัน (Private in Public Space) อีกทั้งออนไลน์ยังทำให้เกิด การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Intercultural) เป็นการสื่อสารที่ไร้พรมแดน และถึงแม้ว่าบุคคลกลุ่มนี้มี เพื่อนบนสังคมออนไลน์มากมาย แต่ตัวบุคคลมีการแยกตัวออกจากโลกแห่งความเป็นจริง มีความโดด เดี่ยว (Isolate) มีความเหงาในเวลากลางคืน มีอาการนอนไม่หลับ และขาดเพื่อนแท้ที่รับฟังปัญหา ต่างๆ ขาดทักษะในการปฏิสัมพันธ์ผู้คนในโลกจริง (Real World) อีกด้วย นอกจากนี้กลุ่มเจนเอ เรชั่นวายยังมีหลายอัตลักษณ์ (Identities) มีตัวตนที่หลากหลาย เช่น พุดแก๊ง มีความสามารถในการ เล่นดนตรี พุดได้หลายภาษา เป็นต้น (คารานิตย์ คงเทียม. 2557)

ช่วงอายุคนไทยที่ใช้เฟสบุ๊ค : อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี ใช้มากที่สุด มีจำนวนถึง 14 ล้านคน (TANA, ออนไลน์)

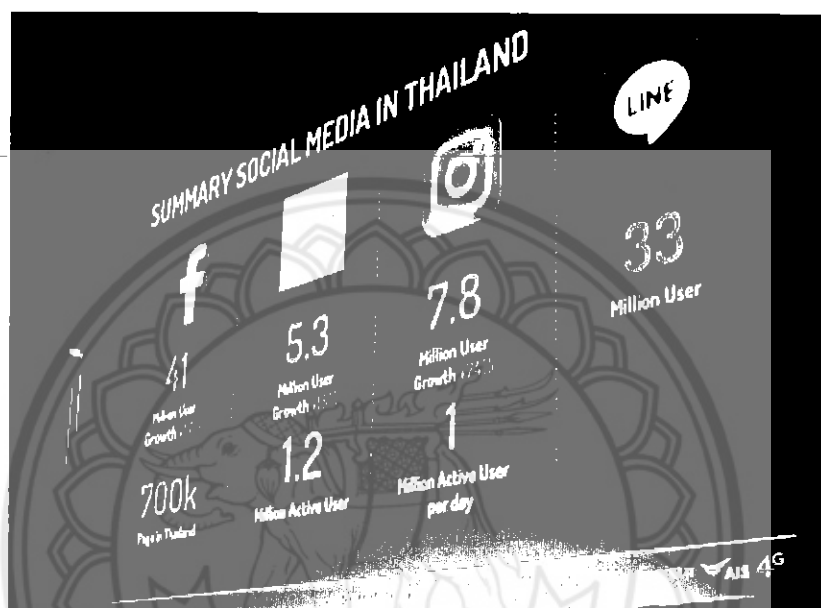


ภาพ 9 ช่วงอายุคนไทยที่ใช้เฟสบุ๊ค

ที่มา: <http://www.9tana.com/node/thailand-social-stat-2016/>

3.2 สถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์

คุณภาวฐ พงษ์วิทย์ภานุ กรรมการบริหาร บริษัท โธส โซเชียล จำกัด ได้เผยแพร่สถิติประชากรคนไทยที่ใช้ Social Media ในปี 2015 อัปเดตล่าสุด ณ เดือน พฤษภาคม 2016 มีดังนี้



ภาพ 10 สถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

ที่มา: <https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/>

คนไทยใช้ Facebook 41 ล้านคน โตขึ้น 17% คิดเป็น 60% ของประชากรไทย ส่วน Facebook Page ไทย มีมากถึง 7 แสนเพจ

Twitter 5.3 ล้านราย active 1.2 ล้านคน โตขึ้น 18%

คนไทยใช้ Instagram 7.8 ล้านคน โตขึ้น 74% มียอด Active User 1 ล้านราย

คนไทยใช้ Line 33 ล้านคน (สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media ในไทยจากงาน Thailand Social Awards 2016, ออนไลน์)

3.3 แนวเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ

กลุ่มผู้ใหญ่เพศชาย อายุ 20-40 ปี นิยมรับชมภาพยนตร์ประเภท Animation, Romantic, Drama นิยมรับชมภาพยนตร์ไทย และภาพยนตร์ Hollywood

กลุ่มผู้ใหญ่เพศหญิง อายุ 20-40 ปี นิยมรับชมภาพยนตร์ประเภท Drama, Romantic และนิยมรับชมภาพยนตร์ไทย และภาพยนตร์ Hollywood และภาพยนตร์เกาหลี (Krit Admin, ออนไลน์)

4. กรณีศึกษา

4.1 ดอกไม้ มิตรภาพ และความทรงจำ



ภาพ 11 ป้ายโฆษณาอนิเมะ เป็นรูปตัวละครหลักทั้งหมดบนสะพานชิชิบุ เมืองชิชิบุ เขตอะระกะวะ กรุงโตเกียว

ที่มา: https://th.wikipedia.org/wiki/ดอกไม้_มิตรภาพ_และความทรงจำ

ชั้นระบุข้อมูล เป็นแอนิเมชันญี่ปุ่นที่จัดทำขึ้นโดยมีความเกี่ยวข้องกับเพลงเมื่อ 10 ปีก่อน “Secret Base” โดยในเนื้อเพลงมีการกล่าวว่าจะมาพบกันอีกครั้งในอีก 10 ปี แอนิเมชันเรื่องนี้ใช้เพลงประกอบหลักสองเพลง เป็นเพลงเปิดหนึ่ง เพลงปิดหนึ่ง เพลงเปิดนั้นชื่อ “อะโอะอิชิโอะริ” [青い葉(Aoi Shiori)]; “ที่คั่นหนังสือสีฟ้า” กาลิเลโอ กาลิเลอี (Galileo Galilei) ขับร้องและชายเป็นซิงเกิลแรก *ซิงเกิลเปิด: “อะโนะ ฮิ มิตะ ฮะนะ*

โนะ นะมะเอะ โอะ โปะกุดะชิ วะ มะคะ ชิระไน” (Ano Hi Mita Hana no Namae o Bokutachi wa Mada Shiranai OP Single) ตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน 2554

ส่วนเพลงปิดนามว่า "ซีเคร็ตเบส~คิมิกะคุเรตะโมะโนะ~" (Secret Base ~君がくれたもの~(Secret Base~ Kimi ga Kureta Mono~); "ฐานทัพลับ~สิ่งนั้นเธอให้ฉันไว้~") เป็นเพลงของวงโซน (Zone) ซึ่งเผยแพร่ในปี 2544 และไอ คะยะโนะ (Ai Kayano), ฮะรุกะ โทะมะสะ (Haruka Tomatsu) กับซะโอะริ ฮะยะมิ (Saori Hayami) นำมาขับร้องใหม่ในครั้งนี้ แล้ววันที่ 27 เมษายน 2554 จึงเริ่มวางขายเป็นซิงเกิลชื่อ *ซิงเกิลปิด*:

“อะโนะ ฮิ มิตะ ฮะนะ โนะ นะมะเอะ โอะ โปะกุดะชิ วะ มะคะ ชิระไน” (Ano Hi Mita Hana no Namae o Bokutachi wa Mada Shiranai ED Single) ประกอบด้วยเพลงนี้สี่ฉบับต่างกัน ฉบับที่ใช้ในอนิเมะเรียก "ฉบับสิบปีให้หลัง" (10 years after Version)

กำกับโดย ทะสึยุกิ นะงะ เขียนบทโดย มะริ โอะกะคะ ดนตรีโดย เร เมดิโอส ผลิตโดย เอวันพิกเชอส์ เป็นแอนิเมชันแนวตลก โศกนาฏกรรม เสี้ยวชีวิต ฉายเมื่อปี พ.ศ. 2554

ชั้นพรรณนา เด็ก 6 คนซึ่งเป็นเพื่อนเล่นกันมาแต่เล็ก และมีจินตะยะโตะมิ หรือจินตัง เป็นหัวหน้านั้น แยกย้ายกันไปคนละทิศละทางหลังจากเมโอะ ฮัมมะ หรือเมมมะ สมาชิกคนหนึ่ง ประสบอุบัติเหตุถึงแก่ความตาย 10 ปีให้หลัง จินตังอาศัยอยู่ตามลำพังไม่เข้าสังคม วันหนึ่งในฤดูร้อน ฝีมะมะซึ่งมีรูปโฉมเจริญขึ้นตามวัยได้ปรากฏกายจำเพาะหน้าเขา และร้องขอให้เขาช่วยเธอให้สมความปรารถนาประการหนึ่ง เพราะเธอไม่อาจไปสุดไปเกิดได้จนกว่าจะบรรลุลความปรารถนานั้น แต่ปัญหาคือเธอไม่สามารถจดจำได้ว่าความปรารถนาอะไร ดังนั้นจินตังจึงประชุมสมาชิกกลุ่มอีกครั้ง เพราะเชื่อว่าพวกเขาเป็นกุญแจไขปริศนาของเมมมะ อยากรู้ก็ตีเด็กเหล่านี้ต้องเผชิญอารมณ์ความรู้สึกมากมาย ความขัดแย้งภายในกลุ่ม ตลอดจนความแค้นเคืองที่ยังคุกรุ่นอยู่ในจิตใจของบิดามารดาเมมมะ และจำต้องฟันฝ่าสิ่งดังกล่าวไปให้จงได้ โดยในตอนแรกเมมะคิดว่าความปรารถนาของเธอคือการทำดอกไม้ไฟยิงขึ้นไปบนฟ้าเพื่อขอให้แม่ของจินตังหายป่วยแต่ที่จริงแล้วไม่ใช่ เธออยากให้เพื่อนๆกลับมาเป็นเหมือนเดิมโดยที่ยอมรับว่าเธอนั้นจากไปไม่มีใครเป็นต้นเหตุที่ทำให้เธอตาย อีกทั้งอยากให้พ่อแม่ลืมความทุกข์จากการที่เธอจากไปเสียที่

ชั้นวิเคราะห์ แอนิเมชันเรื่องนี้ใช้ฉากจากสถานที่จริงเข้ามาช่วยโปรโมทเมืองให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากเพลง *Secret Base* ค่อนข้างดังและยังมีความเกี่ยวข้องกับแอนิเมชันและเนื้อเพลงทำให้คนสนใจว่าเรื่องราวของการพบกันใหม่อีก 10 ปีให้หลังของวงดนตรีที่ร้องเพลงนี้แต่แยกวงกันไปแล้ว กับเรื่องราวการพบกันอีกครั้งใน 10 ปีให้หลังของตัวละครในเรื่องจะ

เป็นอย่างไรมาก่อน เรื่องมีการแสดงถึงวิถีชีวิตของเด็กญี่ปุ่น วัฒนธรรม และความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำอะไรให้สำเร็จจะต้องพยายามเต็มที่ แม้มันจะยากแค่ไหนก็ตาม คาแรคเตอร์ของตัวละครในเรื่องจะประกอบไปด้วยเมมมะที่โตแต่ตัวแต่จิตใจยังคงเป็นเด็กอายุเท่ากับตอนที่ตาย จินดงที่หลังจากเกิดเหตุการณ์ในวันนั้นก็ทำให้กลายเป็นพวกเก็บตัวอยู่ในบ้าน แต่เมื่อเจอเมมมะอีกครั้งก็เริ่มที่จะกลับเข้าสู่สังคม ซึ่งตัวจินดงเป็นตัวที่สะท้อนสังคมญี่ปุ่นที่มีคนประเภทหมกตัวอยู่กับบ้านไม่ยอมออกไปไหน

ชั้นดีความ ชื่อเรื่อง *Ano Hi Mita Hana no Namae o*

Bokutachi wa Mada Shiranai ที่แปลจากภาษาญี่ปุ่นได้ว่า “เรายังไม่รู้สักทีว่าดอกไม้ที่เราเจอในวันนั้นเขาเรียกกันว่าอะไร” เราในที่นี้หมายถึงกลุ่มเพื่อนของจินดง ดอกไม้หมายถึงเมมมะที่ตายไปแล้ว เหตุการณ์วันนั้นหมายถึงช่วงที่จินดงพบเมมมะอีกครั้งโดยไม่แน่ใจว่านี่คือภาพหลอนที่เข้าสร้างขึ้นมาหรือเป็นเมมมะจริงๆ เป็นแอนิเมชันที่พยายามสื่อถึงความสำคัญของกลุ่มเพื่อน และสังคมนรอบข้าง มีฉากหลังเป็นสถานที่จริงเพื่อเป็นจุดขายให้แฟนแอนิเมชันมาเที่ยวตามได้ เป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจญี่ปุ่น

4.2 春を彩る (Haru wo Irodoru)



ภาพ 12 Haru o Irodoru

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=BBBss7qT5A0>

ชั้นระบุข้อมูล เป็นงานจบการศึกษาของคอร์สแอนิเมชันของ Kobe Design University เผยแพร่ทาง Youtube เมื่อวันที่ 11 ก.พ. 2015

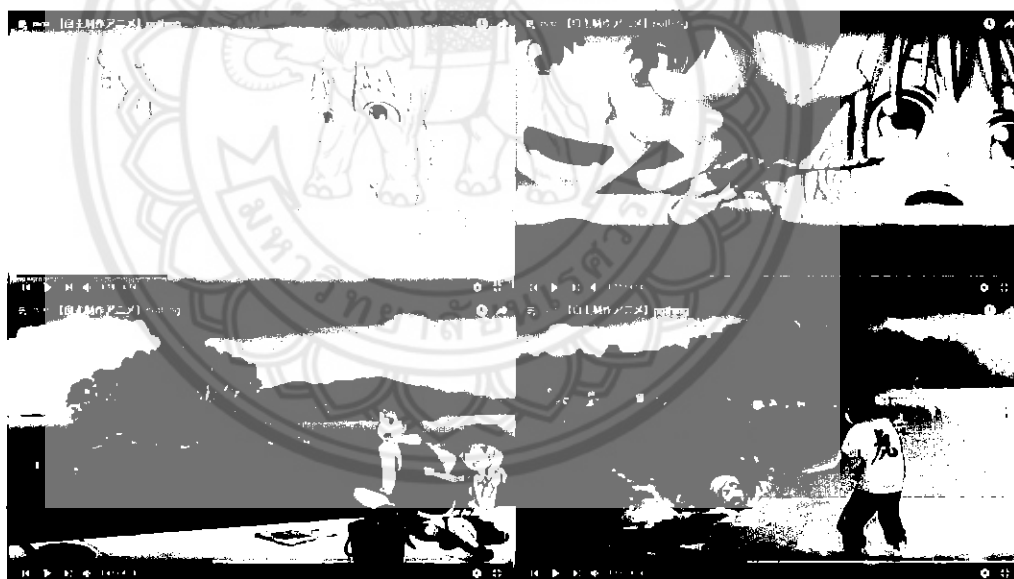
ชั้นพรรณนา เป็นเรื่องราวของยายหลานคู่หนึ่ง ซึ่งยายเป็นนักวาดภาพแต่ป่วยเข้าโรงพยาบาลและเสียชีวิตลงก่อนที่จะวาดภาพเสร็จ จึงกลับมาหาหลานเพื่อขอให้ช่วยวาดภาพ

นั่นให้เสร็จเป็นภาพต้นซากุระต้นเดียวกับที่ยายเคยวาดให้ ระหว่างเดินทางไปยังต้นซากุระจะเห็นป้าย Sakuragaoka จากเมืองคานากะวะ ก่อนไปถึงต้นซากุระตัวละครจะแวะเที่ยวสถานที่ต่างๆในเมือง ญี่ปุ่นที่ดูย้อนยุค พอมาถึงต้นซากุระเห็นเป็นต้นไม้ที่มีแต่กิ่ง ในโลกจินตนาการจะเห็นยายทำให้ดอกไม้บานและระลึกความหลังได้ว่ายายเคยวาดภาพนี้ให้ แต่ในความเป็นจริงหลังวาดรูปซากุระก็ไม่ได้บานแล้วยายก็หายไป

ชั้นวิเคราะห์ ภาพแบ่งแยกชัดเจนระหว่างโลกจริงและจินตนาการ เนื้อเรื่องเล่าถึงการสานต่อความตั้งใจของยาย แต่ไม่ได้บอกว่าทำไมยายต้องให้วาดภาพนั้นให้เสร็จ จุดที่ไปเที่ยวภาพสวยงามให้คนอยากไป

ชั้นตีความ ซากุระที่ไร้ออกหมายถึงยายที่ไม่อยู่แล้ว และจิตใจของเด็กที่เหี่ยวแห้งไปแล้วเพราะความเสียใจ การที่ยายมาบอกให้วาดภาพน่าจะหมายถึงการเติมความสดใส สีสันเข้าไปในชีวิตอีกครั้งและบอกว่ายายยังอยู่ข้างๆเสมอ

4.3 Nothing



ภาพ 13 Nothing

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=OFuqP-wkbnk&t=3s>

ชั้นระบุข้อมูล เป็นแอนิเมชันอิสระเผยแพร่ทาง Youtube เมื่อวันที่ 19

ก.ค. 2013

ขั้นพรรณนา เป็นเรื่องราวของเด็กผู้หญิงที่ย้ายมาอยู่ญี่ปุ่นกับครอบครัวอย่างกะทันหัน ซึ่งในตอนแรกก็คิดถึงบ้านและปรับตัวไม่ได้ แต่หลังจากได้พบเด็กผู้ชายก็ได้เปิดใจยอมรับ

ขั้นวิเคราะห์ เป็นแอนิเมชันที่มีภาพประกอบ เสียงประกอบ เสียงพากย์สวย สามารถเล่าถึงพัฒนาการของตัวละคร 2 ตัวได้จบในช่วงระยะเวลาไม่กี่นาทีแต่เหมือนเหตุการณ์ผ่านมาเป็นปีได้โดยการสไลด์ภาพชอตสำคัญ

ขั้นตีความ มีฉากเล่นตุ๊กตาที่เป็นตุ๊กตาฝรั่งที่เป็นสื่อถึงบ้านเกิดของเด็กคนนี้ และยังสื่อถึงความเหงา ไม่มีเพื่อน ไม่ยอมรับการที่มาญี่ปุ่น แต่หลังจากได้พบกับเด็กผู้ชายจะเห็นว่ามีความใสซุดยุคตะเป็นสื่อว่าเธอสามารถปรับตัวเข้ากับความเป็นญี่ปุ่นได้แล้ว



บทที่ 3

การวิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ปัญหาของงานวิจัย

1.1 พิจิตรเป็นเมืองเล็กที่ไม่มีถนนสายหลักตัดเข้าตัวเมืองทำให้เป็นเรื่องยากที่จะดึงดูดคน

เข้ามาในจังหวัด อีกทั้งการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวก็น้อย สถานที่ท่องเที่ยวขาดการดูแล และการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวกเท่าพิชณโลก การเดินทางมาเที่ยวเมืองพิจิตรสามารถมาโดยรถส่วนตัวเท่านั้น เนื่องจากการมาโดยรถไฟ หรือรถเมล์สามารถมาได้ แต่การจะไปยังสถานที่ต่างๆลำบากเพราะไม่มีรถรอบเมือง หรือรถแท็กซี่

1.2 รายได้จากนักท่องเที่ยวเพื่อเข้ามาพัฒนาจังหวัดมีน้อยเนื่องจากส่วนใหญ่

นักท่องเที่ยวอยู่ในวัยเริ่มทำงาน และมีอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัท ซึ่งมีเงินเดือนอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท

2. วิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ

2.1 ขั้นตอนการทำแอนิเมชัน จัดทำแอนิเมชันรูปแบบ 2 มิติ ความยาว 5 นาที

รูปแบบโพส-ทู-โพส

2.2 ข้อดี

2.2.1 ผู้ชมสามารถรับสารได้ภายใน 5 นาที

2.2.2 สื่อแอนิเมชันสามารถดึงดูดให้คนสนใจได้ง่าย

2.2.3 ขั้นตอนการจัดทำไม่ยุ่งยาก

2.3 ข้อเสีย

2.3.1 ใช้เวลาผลิตงานนาน

2.3.2 กลุ่มเป้าหมาย วัยเริ่มทำงาน มีความสนใจการ์ตูนน้อยลง

3. วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

3.1 ลักษณะทางกายภาพ

3.1.1 อายุระหว่าง 25-30 ปี

3.1.2 อยู่ในช่วง Gen Y โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

3.1.3 เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน

3.2 ลักษณะทางจิตภาพ

3.2.1 มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก

3.2.2 มีความเป็นตัวของตัวเองสูง

3.2.3 ไม่ชอบอยู่ในกรอบ และไม่ชอบเงื่อนไข

3.2.4 แนวเรื่องที่สนใจ Animation, Drama, Romantic

การสรุปแนวความคิดในการออกแบบ

จัดทำแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพิจิตร โดยมีฉากหลังเป็นสถานที่จากสถานที่จริงอ้างอิงจากสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตรในเขตตัวเมือง เพื่อที่จะจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งวัน เนื่องจากต้องการตั้งจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปเพชรบูรณ์หรือพิษณุโลกให้แวะพิจิตรก่อน โดยในเรื่องจะเล่าถึงภาพบรรยากาศของธรรมชาติในเมืองพิจิตร วิถีชีวิตที่สงบเรียบง่ายที่ยังสามารถพบเห็นได้ในเมืองพิจิตร ซึ่งต่างจากเมืองใหญ่ งานเทศกาลและตำนานแบบพื้นบ้านยังคงอยู่

แนวทางการออกแบบ

1. เนื้อเรื่อง

พนักงานใหม่ที่เริ่มเข้ามาทำงานในบริษัทแห่งหนึ่งได้ไม่นานจึงไม่ค่อยสนิทกับใคร เหตุผลที่เลือกมาทำงานที่นี่เพราะเคยได้มาฝึกงานตอนยังเป็นนักศึกษาและได้รับการดูแลอย่างดีจากรุ่นพี่ที่คอยสอนงาน แต่พอเรียนจบแล้วกลับมาที่นี่อีกครั้งก็ไม่พบรุ่นพี่คนนั้นแล้ว เพราะไม่รู้จะไปไหนเลยยังคงทำงานอยู่ที่นี้ต่อไปอย่างไร้จุดหมาย ใช้ชีวิตตามแบบแผนของมนุษย์เงินเดือนไปวันๆ ใช้ชีวิตแต่ละวันอย่างเร่งรีบ ไม่มีเวลาพักผ่อนเป็นของตนเอง จึงทำให้หมดแรงบันดาลใจ ในคืนส่งท้ายปีก็ยังคงทำงานล่วงเวลาแทนในส่วนของคนอื่นๆที่ฝากให้ทำ

ระหว่างทางกลับบ้านแบบโทรศัพท์หมดจึงหยิบแบตเตอรี่สำรองที่ได้รับมาแต่ไม่เคยใช้ออกมาชาร์จโทรศัพท์ โดยที่ไม่รู้ว่ามิโปรแกรม AI (Artificial Intelligence) ไวรัสได้ถูกติดตั้งเข้ามาด้วย ระหว่างทางกลับบ้านก็เปิดโซเชียลมีเดียและพบว่าคนที่ขอให้ทำงานแทนไปเที่ยวอย่างสบายใจ ตัวเองก็อยากไปพักผ่อนที่ไหนสักที่บ้าง กลับบ้านมาจึงหยิบโทรศัพท์ใส่แว่น VR (Virtual Reality) เพื่อค้นหาสถานที่เที่ยว แล้วก็มาพบกับ AI ที่เพิ่งจะลงโปรแกรมตัวเองเสร็จหมาดๆ เป็นจระเข้หน้าตาประหลาดๆเหมือนสัโม ได้แนะนำให้ไปจังหวัดบ้านเกิดคือพิจิตร เมื่อได้ยินชื่อนี้จึงนึกย้อนไปในอดีตสมัยฝึกงานว่าเคยได้รับคำชวนจากรุ่นพี่ให้ไปเที่ยวแบบนี้นี่เหมือนกันแต่ตอนนั้นกลับปฏิเสธไป คราวนี้ตกลงที่จะไปสำรวจจังหวัดพิจิตรผ่านทางแอปพลิเคชันแผนที่โลก หลังจากผ่านไปดูสถานที่ต่างๆในโลก

VR จังหวะหนึ่งที่แบตเตอรี่ชาร์จใกล้จะเต็ม แล้วก็ได้พบกับภาพของรุ่นพี่ยืนอยู่ริมบึงสีไฟ แต่อยู่ดีๆ สัญญาณภาพกลับขาดหาย และหลุดจาก VR ไม่สามารถเข้าไปได้อีก

ทำให้ตัดสินใจที่จะออกเดินทางตามหารุ่นพี่ที่พิจิตรเพราะเชื่อว่าน่าจะอยู่ที่นั่น โดยการนั่งรถไฟไประหว่างทางรถไฟมองเห็นธรรมชาติ เมื่อมาถึงพิจิตรก็รีบไปยังสถานที่ๆพบรุ่นพี่ใน VR แต่กลับหาไม่พบ สุดท้ายระหว่างที่ท้อใจหาไม่เจอนั้นจึงไปนั่งดูงานไหลเรือไฟระหว่างนั้นมีคนเดินขายของเล่นอยู่ พอมองดูๆแล้วก็ก็เป็นคนที่กำลังตามหา

2. คาแรคเตอร์

ใช้การออกแบบคาแรคเตอร์ขนาด 5 ส่วน มีตัวละครหลักเป็นพนักงานออฟฟิศในเมืองใหญ่ที่ไม่ค่อยสนิทกับใคร มีไอดอลเป็นรุ่นพี่ที่เคยสอนงานตอนมาฝึกงาน สไตล์การแต่งตัวและความขยันตั้งใจทำงานได้แรงบันดาลใจมาจากรุ่นพี่ แต่เนื่องจากรุ่นพี่หายไปทำให้ไร้จุดหมาย สุดท้ายเลยใช้ชีวิตตามแบบแผนมนุษย์เงินเดือนไปวันๆ ดีไซน์ให้ผมยาวปิดหน้าตาเพราะเป็นคนปกปิดตัวเอง ในสังคมเมืองที่โตคนเดียว

ติดโทรศัพท์มือถือมักจะมีวางไว้ข้างๆ เพื่อหนีจากโลกความจริงเข้าสู่โลกออนไลน์

ตัวละครรองเป็นโปรแกรม AI ไวรัสที่ติดตั้งตัวเองแล้วไม่สามารถลบออกหรือควบคุมได้ ใช้ชีวิตอยู่ในที่ๆมีกระแสไฟฟ้า เป็นโปรแกรมที่แอบแฝงมากับแบตเตอรี่สำรองที่ได้รับมาจากรุ่นพี่ ไม่น่าว่ารุ่นพี่อาจจะเป็นคนทำขึ้นมาก็ได้ มีดีไซน์จากกระแซ์และส้มโอ ซึ่งเป็นของขึ้นชื่อของเมืองพิจิตร

3. ฉาก

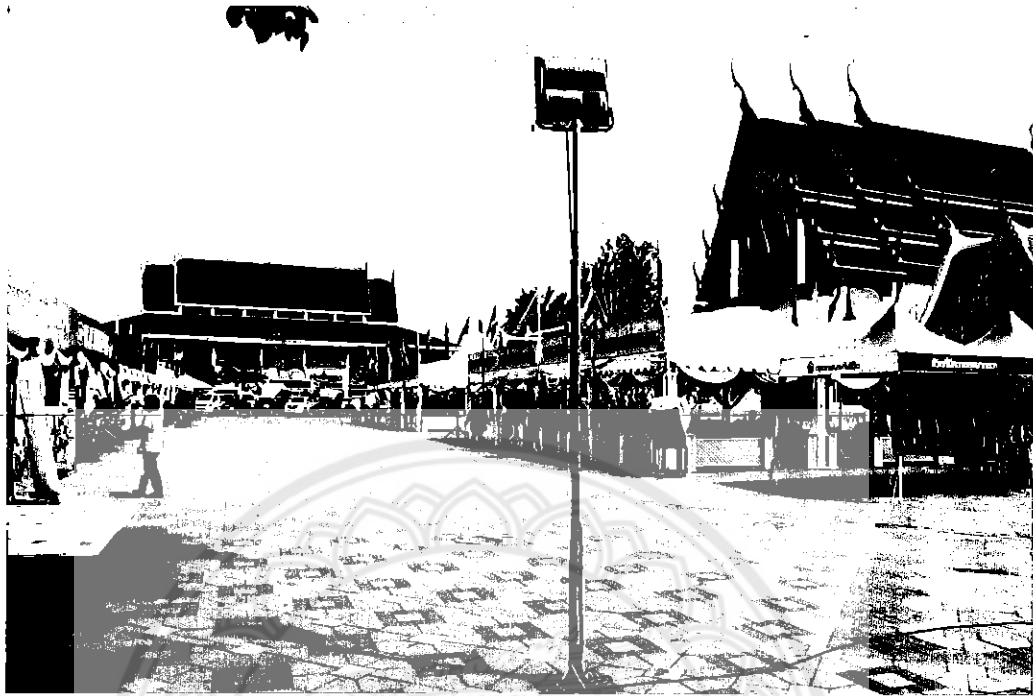
ใช้ฉากที่มาจากสถานที่จริง ของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพิจิตร เหตุการณ์จะเกิดขึ้นในเขตของอำเภอเมืองซึ่งจะมีสถานที่หลักคือบึงสีไฟ และรองลงมาคือวัดท่าหลวง งานนมัสการหลวงพ่อปะเชราและสมโภชเมืองพิจิตร



ภาพ 14 ภาพถ่ายรูปปั้นพญาละวันที่บึงสีไฟ



ภาพ 15 นกกระจอกเทศที่บึงสีไฟ



ภาพ 16 วัดท่าหลวง



ภาพ 17 ขายของเล่นงานแข่งเรือ

4. เสียง

เสียงเอฟเฟคและเพลงประกอบฉาก

5. การตัดต่อ

ใช้โปรแกรม Adobe After Effects CS6 ในการลำดับภาพ จัดแสงสี ใช้โปรแกรม
Adobe Premiere Pro CS6 ในการใส่เสียง



บทที่ 4

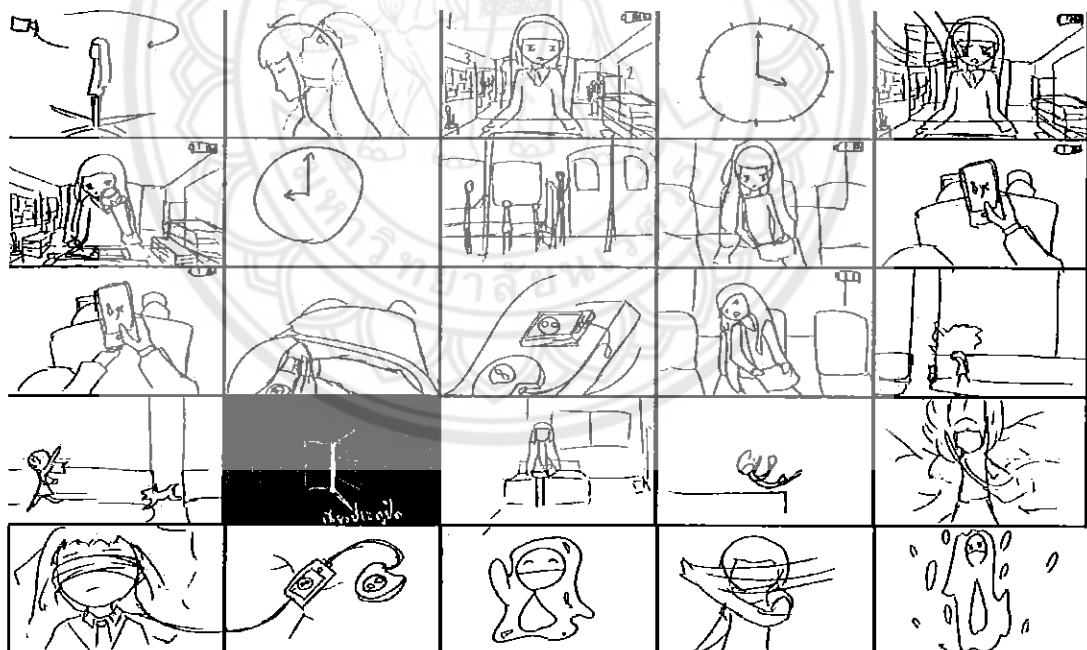
การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงาน

การออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการวาดแบบ Pose-to-Pose คือการวาดภาพเคลื่อนไหวทีละภาพจากท่าทางหนึ่งไปอีกท่าทางหนึ่ง ใช้การวาดในคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมช่วยในการทำงาน เช่น Adobe Photoshop CS6, Adobe After Effects CS6, SAI, Adobe Premiere Pro CS6 เป็นต้น เพื่อช่วยในการลดเวลาให้สามารถทำงานได้ตรงตามเป้าหมาย และช่วยให้งานสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

4.1 ผลงานการออกแบบ

จัดทำแอนิเมชัน 2 มิติ เรื่อง Charging รูปแบบแผ่น DVD ROM ความยาว 5 นาที พร้อมบรรจุภัณฑ์ โปสเตอร์ โปสการ์ด

4.2 การพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 1



ภาพ 18 สตอรี่บอร์ด(1)

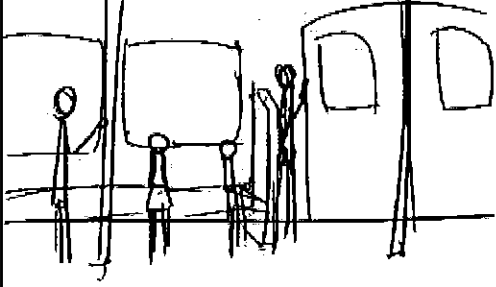



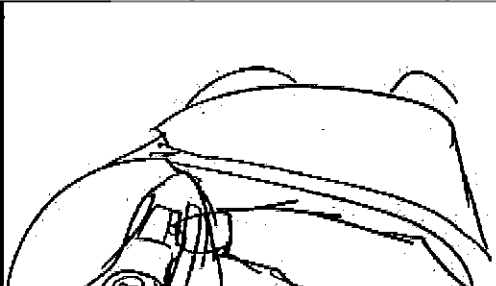


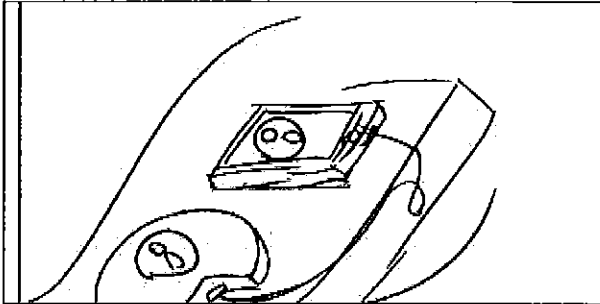
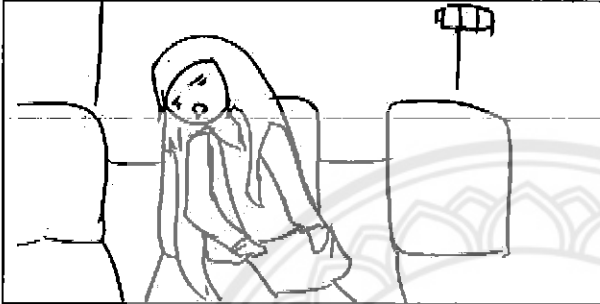
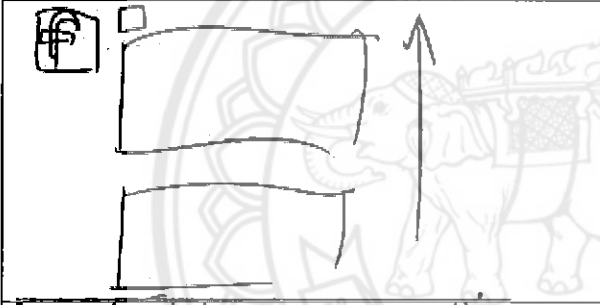

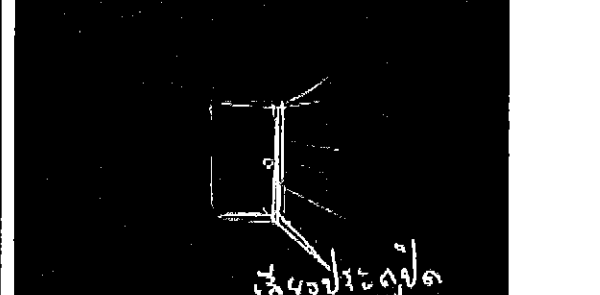
ภาพ 19 สตอรี่บอร์ด(2)

4.3 การพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 2
ตารางที่ 3 สตอรี่บอร์ด

	กล้องหมุนรอบ
	เงยหน้าขึ้นแล้วหลับตา

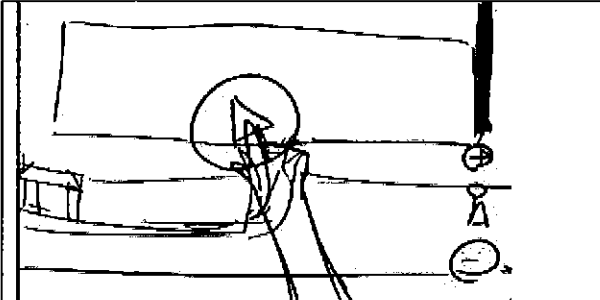




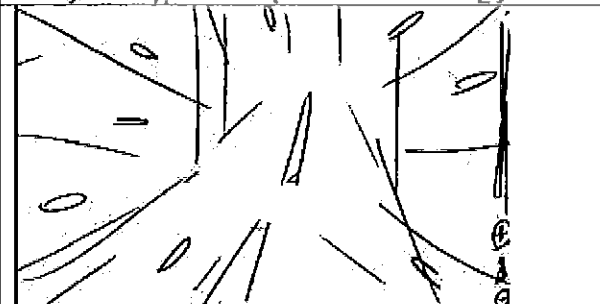
	<p>ในห้องทำงาน บรรยากาศน่าเบื่อ</p>
	<p>เวลาใกล้เลิกงาน</p>
	<p>ทำงานในส่วนของคนอื่นด้วย</p>
	<p>กินอาหารขะหน้าโต๊ะทำงาน</p>
	<p>ทำงานจนตึก</p>

	<p>นั่งรถไฟกลับบ้าน</p>
	<p>หยิบโทรศัพท์มือถือ</p>
	<p>बाटโทรศัพท์หมด</p>
	<p>ชาร์จโทรศัพท์</p>
	<p>เก็บกลับไปในกระเป๋า</p>


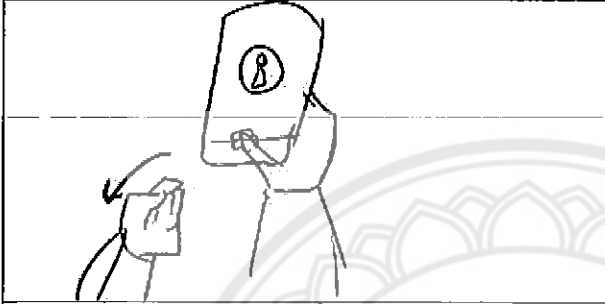

	<p>AI ถูกติดตั้ง</p>
	<p>หลังบนรถไฟฟ้า</p>
	<p>ออนโซเซียมมีเดีย เลื่อนอ่าน</p>
	<p>เล่นโทรศัพท์ขณะเดินทางกลับบ้าน</p>
 <p>เสียงประตูด</p>	<p>เสียงประตูด</p>

	<p>ล้มตัวลงนอน</p>
	<p>นอนลงบนเตียง</p>
	<p>แพนกล้อง แสงวิ่งไปตามสาย</p>
	<p>ใช้เครื่อง VR ท่องโซเซียล</p>
	<p>แนะนำตัวทักทายกันในโลกVR</p>

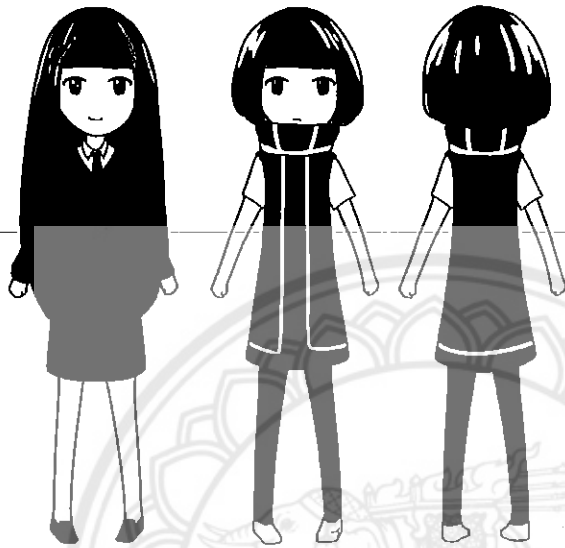
	<p>เลื่อนแอปพลิเคชัน เสนอสถานที่ท่องเที่ยว</p>
	<p>ซูม</p>
	<p>บินไปบนแผนที่</p>
	<p>ซูม</p>
	<p>มุมมองพื้นดิน ยืนด้านหน้าภาพนิ่ง</p>

	<p>กดเพื่อเล่นวิดีโอ</p>
	<p>ถ่ายภาพ</p>
<p>← งานในเครื่องไฟ  ← 85% ไฟ  40% ← (จะเปิดแต่ละตัว (ถ้าขี้เวลา))</p>	<p>สถานที่ท่องเที่ยวที่ไป</p>
	<p>ระหว่างทางเดินไปสถานที่อื่น</p>
	<p>มุมมองจากสายตา</p>

	<p>สัญญาณเริ่มไมติก่อนจะชาร์จแบตเตอรี่เต็ม เลข ถูกดึงออกมา</p>
	<p>ย้อนกลับไปอ่านในโซเซียลอีกครั้ง</p>
	<p>นั่งรถไฟไปพิจิตร เสียดใจรถไฟ</p>
	<p>ไปตามหาที่บึงสีไฟแล้วไม่เจอ</p>
	<p>รึมน้ำวัดท่าหลวง</p>

	ระหว่างชมการแสดงก็มีคนมาขายของ
	ถอดที่ชาร์จ้ออก
	พอเงหน้าขึ้นมองก็พบคนที่ตามหา

4.4 การพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 3

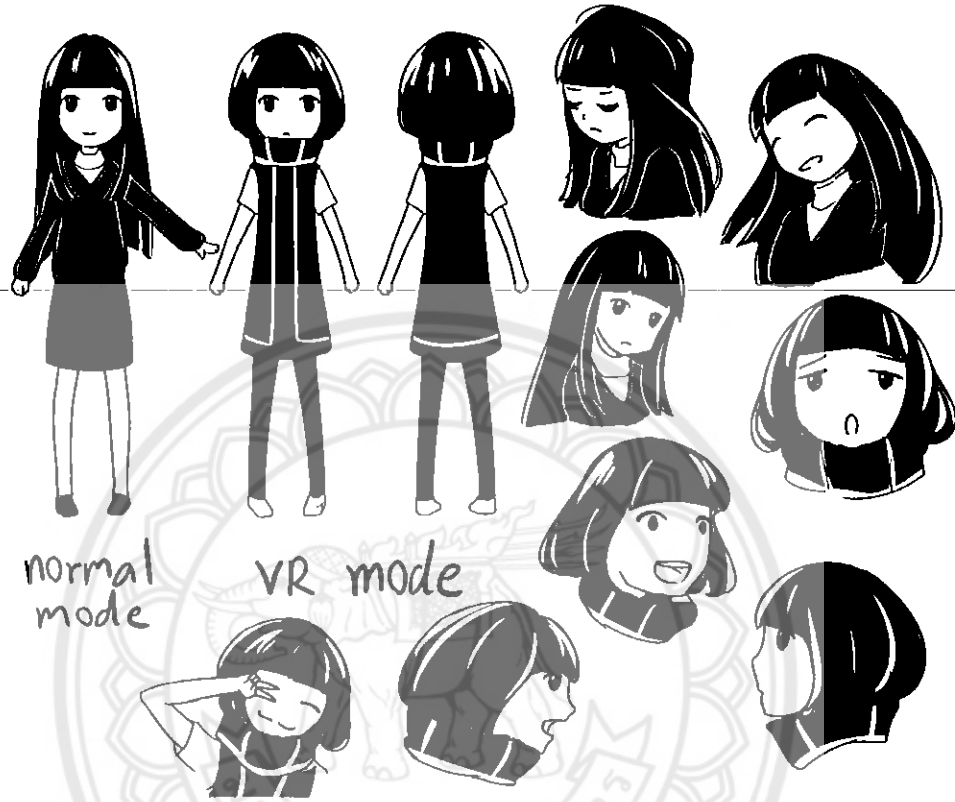


ภาพ 20 คาแรคเตอร์หลักดีไซน์ครั้งแรก

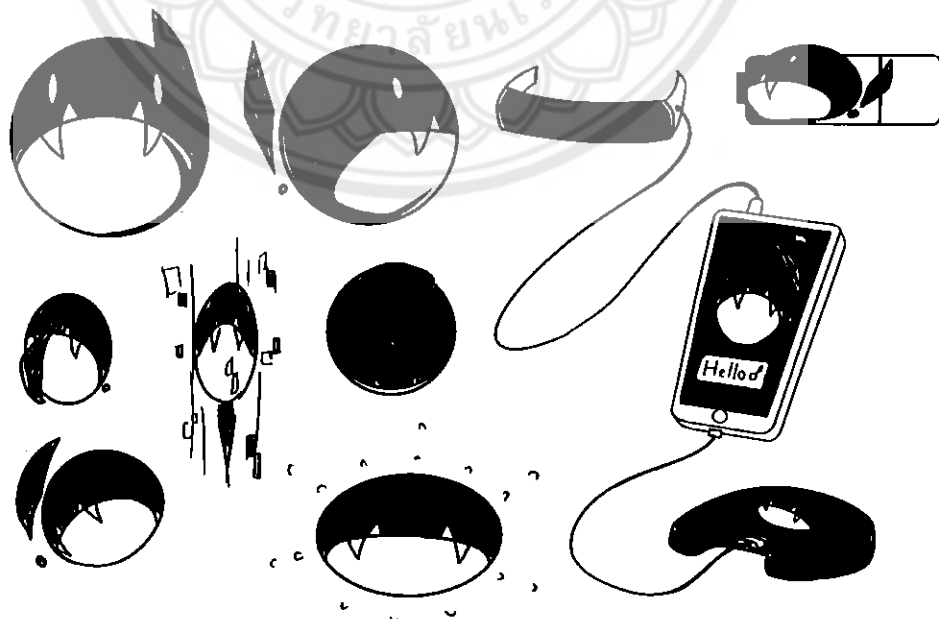


ภาพ 21 คาแรคเตอร์รองดีไซน์ครั้งแรก

4.5 สรุปผลงานการออกแบบ
การออกแบบคาแรคเตอร์



ภาพ 22 คาแรคเตอร์หลัก

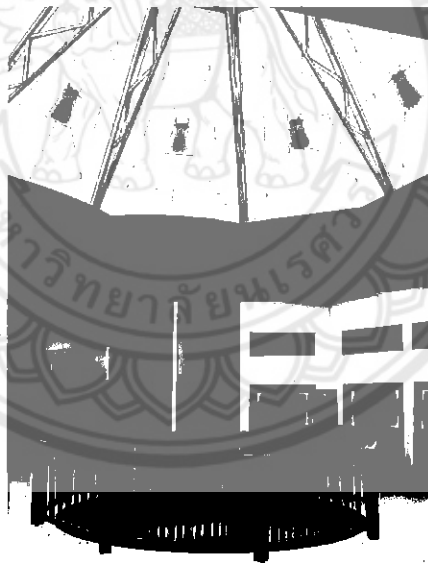


ภาพ 23 คาแรคเตอร์รอง

ตัวอย่างภาพฉาก



ภาพ 24 รูปปั้นพญาชาละวันที่ยิ่งสี่โพ



ภาพ 25 พิพิธภัณฑป์ลาน้ำจืด

โปสเตอร์

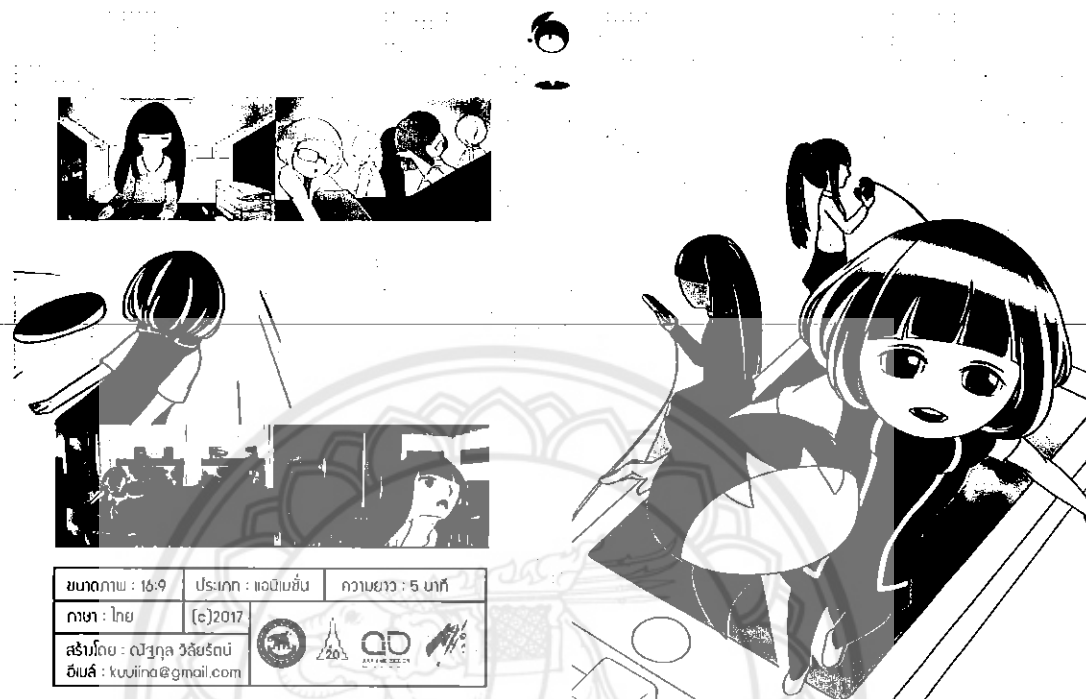


โปสการ์ด



ภาพ 27 โปสการ์ด

ปกดีวีดี



ภาพ 28 หน้าปกดีวีดี



ภาพ 29 ลายแผ่นสกรีน

ตัวอย่างงาน



ภาพ 30 ตัวอย่างงาน(1)



ภาพ 31 ตัวอย่างงาน(2)

บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพิจิตร สำหรับบุคคลอายุ 25-30 ปี

ผ่านการตรวจสอบของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจัดทำและเผยแพร่โดยสรุปได้ดังนี้

เป็นสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ ความยาว 5 นาที โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่บุคคลอายุระหว่าง 25-30 ปี เพราะเป็นกลุ่มช่วงอายุที่มาท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตรมากที่สุด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้น

การออกแบบคาแรคเตอร์ใช้การออกแบบ 5 ส่วน แต่เน้นภาพและเนื้อเรื่องสมจริง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยผู้ใหญ่ซึ่งจะชอบความเหมือนจริง

ภาพและการดำเนินเรื่องส่วนใหญ่ใช้มุมมองของสายตาดัวละครหลักมอง และช่วงที่อยู่ใน VR พยายามให้เป็นมุมมองจากสายตาเพื่อที่หากใช้ VR มองจะได้รู้สึกเหมือนเป็นสายต้ามองจริงๆ

อภิปรายผล

กลุ่มเป้าหมายดูสื่อแอนิเมชัน 2 มิติแล้วรู้จักจังหวัดพิจิตร รู้ว่าพิจิตรมีของดีนอกเหนือจากกระเช้า มีธรรมชาติและประเพณีที่งดงาม มีความรู้สึกที่อยากจะมาเที่ยวที่จังหวัดพิจิตรมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การหาข้อมูลในสถานที่ควรโทรไปถามเวลารว่างของเจ้าหน้าที่ก่อน

งานแอนิเมชันไม่ควรแก้งานหลังจากสตอรี่บอร์ดเสร็จแล้ว การฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นไม่จำเป็นที่จะต้องแก้งานตามทุกครั้งที่ได้ฟัง สิ่งที่สำคัญที่จะทำให้งานลุล่วงได้คือความเชื่อมั่นในตนเอง กำลังใจของตนเองและเพื่อน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมประเภทหนังสือ

ธรรมปพน ลีอำนาจโชค.2550.Intro to animation.กรุงเทพฯ:ฐานบุ๊คส์.

มนัสสินี ลำสันเทียะ.2555.Flash Animation ออกแบบและสร้างภาพเคลื่อนไหวให้การ์ตูนอย่าง

บรรณานุกรมประเภทวิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ดารานิตย์ คงเทียม. (2557). การแสดงตัวตนของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ยูทูปดอทคอม.

วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อ 29

พฤษภาคม 2559, จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1074/3/daranit_khon.pdf)

1074/3/daranit_khon.pdf

บรรณานุกรมสื่อออนไลน์

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรม

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ. 2555. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2559,

จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/221/620>

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรม

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ. 2557. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2559,

จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/221/23044>

สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media ในไทยจากงาน Thailand Zocial Awards 2016. (19 พฤษภาคม

2559). สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2559, จาก [https://www.it24hrs.com/2016/stat-](https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/)

social-media-thai-populations/

Krit Admin. (26 มกราคม 2558). ผลการศึกษาค้นคว้า. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2559,

จาก http://mbmoviebox.blogspot.com/2015/01/blog-post_59.html

TANA. (28 มกราคม 2559). เหยยสถิติการใช้ Internet และ Social Media ล่าสุด (2016) :

ประเทศไทยไม่น้อยหน้าชาติใดในโลก. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2559, จาก

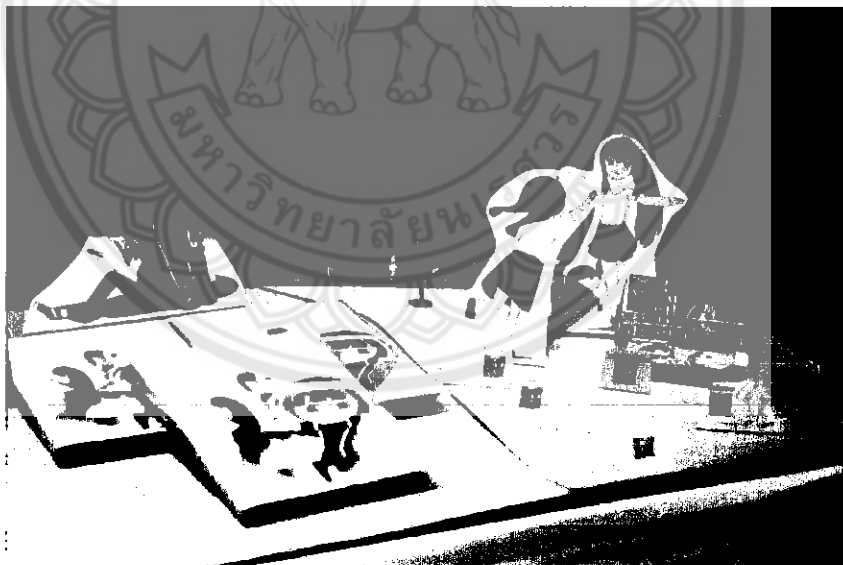
<http://www.9tana.com/node/thailand-social-stat-2016/>



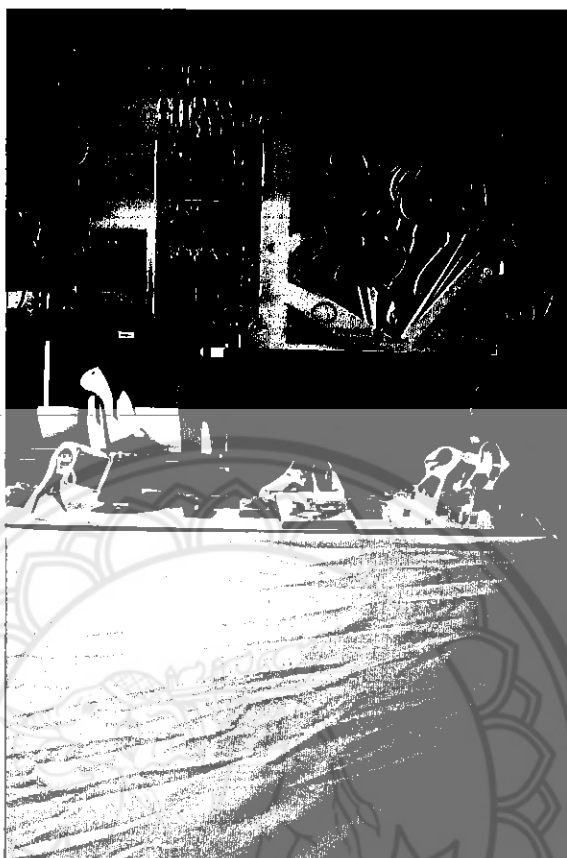
ภาคผนวก ภาพการจัดแสดงงานนิทรรศการ Mid Mile Art Thesis Exhibition ระหว่างวันที่
16-21 พฤษภาคม พ.ศ.2560



ภาพ 32 ภาพการจัดแสดงงานนิทรรศการ(1)



ภาพ 33 ภาพการจัดแสดงงานนิทรรศการ(2)



ภาพ 34 ภาพการจัดแสดงงานนิทรรศการ(3)

